

# Kuschel-Calls und „raus ausm Laden!“

Das diesjährige Spectaris-Trendforum am 6. November in Berlin war eines der besten der letzten Jahre. Es lieferte Augentikern eine ganze Reihe von Ideen, zeigte schonungslos manche Schwäche der Branche auf, bot andererseits aber auch viele konkrete Lösungen an. Dazu war das Trendforum wie immer Treffpunkt von Industrie und Augenoptik: Der persönliche Austausch unter den Besuchern ist nach wie vor von enormer Bedeutung.

Autor | Theo Mahr



Fotos: Theo Mahr

Aufmerksame Zuhörer verfolgten die Vorträge...

...beim Spectaris-Trendforum in Berlin.

Ja, so mancher Besucher wird mit flauem Gefühl im Bauch nach Berlin gefahren sein, nachdem er das Programm gelesen hatte. Ratschläge von Facebook-Gründer Mark Zuckerberg, ein 23-Jähriger, der über digitalen Wandel spricht, Studenten als Visionäre für morgen, Empfehlungsmarketing und schließlich ein Dirigent auf der Bühne – was sollte da denn rauskommen?

Ganz einfach - das beste Trendforum seit Jahren! Philipp Riederle (23) berät große Unternehmen in Strategiefragen, denn die sind noch größer. „Es gibt keine virtuelle Welt. Es ist nur eine Tech-

nologie“, beruhigte er zum Anfang, um dann richtig loszulegen. „Sie sind die letzte analoge Generation“, sagte er mit Blick in den Saal. Alle nach 1995 geborenen seien die sogenannten „Digital Natives“ und mit ihnen ändere sich vieles, nicht nur technisch. Viele Unternehmen – und weißgott nicht nur kleine – stünden diesen Veränderungen hilf- und ahnungslos gegenüber. Dabei seien nur ein paar wenige Dinge zu beachten, um auch künftig zu bestehen. Zwingend seien die Steigerung der Effizienz und Innovationen. Als Käufer sei seine Generation gut einzuschätzen: „Wir kaufen nicht nur on-

line, sondern wir wägen ab, ob sich der stationäre Einkauf lohnt. Dessen Mehrwert muss erkennbar sein.“

Riederles Auf und Ab setzte sich fort mit: „Wir kommen immer wieder zu Ihnen, wenn Sie uns nur einmal mehr als zufriedenstellen.“ Und mit Blick auf die schnellste Technologieentwicklung aller Zeiten: „Ruhen Sie sich bloß nicht darauf aus, dass Sie Augen und Kopf vermessen müssen.“ Kurz: Ein Vortrag mit Ecken und Kanten, unterhaltsam auf jeden Fall.

Kann man bei einem, wenn auch jungen, Unternehmensberater noch einen soliden Vortrag erwarten, so ist das bei Studentengruppen nicht unbedingt gesichert. Was die Hochschulteams der europäischen Medien- und Business-Akademie (EMBA) und der International School of Management (ISM) auf der Bühne präsentierten, war dann doch sehr überzeugend und gelungen. In einem Planspiel beantworteten sie die Frage, was wohl Facebook-Gründer Mark Zuckerberg als Kommunikationschef eines augenoptischen Betriebes tun würde, damit alle über das Geschäft reden.

Heraus kam eine Reihe von Ideen, die nicht nur vorgetragen, sondern in dem Projekt auch konkret umgesetzt worden waren. Die Studenten warben für ihr Augenoptikgeschäft „Eye Am“ an Bushaltestellen, mit einer Fo- toaktion und einer virtuellen Schnitzeljagd, einem Optik-Truck, dem Rabatt für Rad-Kunden, einer Baumpflanzaktion, digitalen Kaufbelegen mit Beurteilungsfunktion und vielem mehr. Es überwogen die Tipps, die den Augenoptiker ermunterten, aus seinem Laden raus zu kommen, damit die Kunden rein kommen. Und wahrscheinlich hatte die Gruppe noch mehr auf Lager, was sie in der kurzen Zeit aber nicht umsetzen konnte. Kurz: Tolle, jederzeit umsetzbare Marketingvorschläge für Augenoptiker.

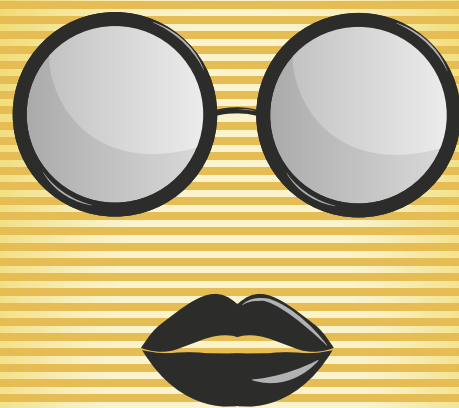
Dem geballten Auftritt der jungen Generation folgte mit Klaus J. Fink ein Erfahrener seiner Zunft. Er zählt zu den erfolgreichsten Verkaufstrainern zu den Themen Empfehlungsmarketing und Telefonakquise. Bei aller Einsicht, dass die neuen Kommunikationswege natürlich an Bedeutung gewinnen, erinnerte er doch daran, dass Geschäfte in der Regel zwischen Menschen gemacht werden. „Wenn Sie sich um die Kunden kümmern, kümmern sich die Kunden um Sie!“ Das heißt nichts anderes, als dass der begeisterte Kunde eines Augenoptikers völlig kostenlos und wiederholt für diesen Werbung machen wird, indem er dessen Geschäft empfiehlt. Fink gab kleine Beispiele, darunter die „Kuschel-Calls“, die zur Begeisterung eines Kunden beitragen können. Kurz: Auch hier konkrete Vorschläge, die ein Augenoptiker sofort und ohne IT-Kenntnisse umsetzen kann.

Werbefachmann Hubertus von Lobenstein sprach anschließend über „Storytelling“, Stephan Grünewald über die Seelenlage der Deutschen und Dr. Raphael von Hoensbroech zeigte, wofür es Dirigenten braucht, bevor die Veranstaltung schließlich mit Samba zu Ende ging. In dieser Form, mit konkreten Vorschlägen und Nutzen für Augenoptiker, ist das Trendforum den Besuch in Berlin auf jeden Fall wert. ●●



Programmgestalter Jochen Reinke (links) neben Wolfram Kons, der seit 2001 das Trendforum moderiert.

**Brille & Co**  
Augenoptik-Fachmessen



**EINTRITT KOSTENLOS.**  
NUR FÜR FACHBESUCHER

**DORTMUND**  
**WESTFALENHALLEN**  
**HALLE 8**

**20. + 21. Januar 2018**

**Sa. 10.00 – 19.00 Uhr**  
**So. 10.00 – 17.00 Uhr**